



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

“PERAN WARUNG KOPI SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI SOSIAL MASYARAKAT KAMPUS INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) SYEKH NURJATI CIREBON”

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial Islam (S.Sos.I)
pada Fakultas ADDIN
Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)



Oleh:
TAUFIK
N I M: 07210023

**KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) SYEKH NURJATI
CIREBON
2013 M/1434**



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

ABSTRAKSI

TAUFIK : *“Peran Warung Kopi Sebagai Sarana Komunikasi Sosial Masyarakat Kampus IAIN Syekh Nurjati Cirebon”.*

Banyak mahasiswa menghabiskan waktu di sebuah warung, khususnya warung kopi. Warung kopi menjadi semacam sarana komunikasi sosial dan media interaksi sosial, khususnya dalam sistem masyarakat kampus Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati, Cirebon. Warung-warung kopi banyak memberikan kesempatan kepada anggota-anggota sosial untuk berkumpul, berbicara, menulis, membaca, menghibur satu sama lain, atau membuang waktu, baik secara individu atau dalam kelompok kecil. Budaya dan komunikasi merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Budaya mempengaruhi pola pikir, perilaku dan cara berkomunikasi individu. Begitu pula komunikasi menjadi alat untuk mengelola, mengembangkan, mensosialisasikan serta mewariskan budaya dari satu generasi ke generasi yang lainnya. Dalam kaitannya mengenai budaya dan komunikasi, dikenal sebuah teori yang kerangka kerjanya mengkonseptualisasi bentuk atau fungsi budaya sebagai sebuah sistem kode yang mengatur makna dan ideal yaitu teori kode berbicara (speech code theory)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemaknaan pengunjung terhadap nilai-nilai sosial yang terkandung dalam warung kopi dan memahami kode berbicara (speech codes) yang terbentuk dalam komunitas warung kopi. Selain itu, untuk menjelaskan peran warung kopi sebagai sarana komunikasi sosial di kampus Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

Penyusunan skripsi ini berdasarkan pada kerangka pemikiran bahwa komunikasi dalam fungsinya sebagai komunikasi sosial terdiri dari beberapa aspek yaitu konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan dan memupuk hubungan dengan orang lain. Selain itu, dimanapun ada sebuah budaya, disitu ditemukan speech code yang khas.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan etnografi komunikasi yaitu dengan menitikberatkan pada observasi dan suasana alamiah (naturalistic setting). Karena yang diteliti adalah komunitas percakapan yang berlangsung dalam komunitas warung kopi.

Hasil penelitian penulis menemukan bahwa keberadaan warung kopi (Kedai Oyess) di mata konsumennya yaitu sebagai tempat yang santai dan penuh keakraban, tempat nongkrong lintas batas, tempat refreshing, sebagai tempat kenangan dan arena diskusi bersama teman. Adapun Speech codes (kode berbicara) yang berlaku di Kedai Oyess tergantung dari hubungan diantara dua individu atau lebih yang didukung dengan adanya kedekatan, keterbukaan dan dukungan pembicaraan. Sedangkan peran warung kopi (Kedai Oyess) sebagai sarana komunikasi sosial masyarakat kampus IAIN Syekh Nurjati Cirebon, warung kopi (Kedai Oyess) adalah menjadi salah satu tempat sumber informasi terbaru dan juga menjadi tempat berkumpulnya berbagai komunitas, mulai dari mahasiswa, Satpam, Dosen dan lain sebagainya.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul *Peran Warung Kopi Sebagai Sarana Komunikasi Sosial Masyarakat Kampus IAIN Syekh Nurjati Cirebon* oleh Taufik, NIM 07210023 telah dimunaqosahkan pada rabu, 28 Agustus 2013 di hadapan dewan penguji dan dinyatakan lulus.

Skripsi ini telah memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial Islam (S.Sos.I) pada Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Addin IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Cirebon, 28 Agustus 2013

Panitia Munaqosah	Tanggal	Tanda Tangan
Ketua Jurusan Babay Barmawi, S.Ag, M.Si NIP. 19730921 199903 1002		
Sekretaris Jurusan Arief Rachman, M.Si NIP. 196909272000031003		
Penguji I Drs. H. Muzaki, M.Ag. NIP. 196607201999031001		
Penguji II M. Fuad Anwar, M.Ag. NIP. 19690204 20003 1002	2 - 9 - 2013	
Pembimbing I Arief Rachman, M.Si NIP. 196909272000031003		
Pembimbing II Dra. Yayah Nurhidayah, M.Si NIP. 196204201988032001		

Cirebon, 2013
Mengetahui
Dekan Fakultas Addin



H. Adib, M.Ag.
NIP. 197405151998031003



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahiiiiim.

Puji syukur dihaturkan kehadirat Allah SWT yang telah menganugerahkan kedua Orangtua yang luar biasa dan sabar mengajarkan penulis untuk mengenal serta merasakan kasih dan sayangNya dalam berbagai bentuk, yang selama ini telah dan akan selalu tercurahkan. Semoga pada saatnya nanti, hamba termasuk ke dalam golongan hambaMU yang tahu diri dan bersyukur. Amin. Shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW yang entah dengan cara seperti apa telah menginspirasi penulis, baik itu secara sadar maupun tidak.

Skripsi yang berjudul **“Peran Warung Kopi Sebagai Sarana Komunikasi Sosial Masyarakat Kampus IAIN Syekh Nurjati Cirebon”** merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi dalam mencapai gelar Sarjana Sosial Islam (S.Sos.I).

Akhirnya, penulis menghaturkan banyak terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Maksum, Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. DR. H. Adib, M.Ag., Dekan Fakultas Addin IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
3. Babay Barmawi, S.Ag., M.Si, Ketua Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Syekh Nurjati
4. ARIEF RACHMAN, M.Si, Pembimbing I.
5. Dra. YAYAH NURHIDAYAH, M.Si. Pembimbing II.
6. A Ono, Kedai Oyess.
7. Staff dan seluruh Keluarga Besar Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) IAIN SNJ.
8. Teman-teman angkatan 2007 Jurusan KPI, dan semua pihak yang telah membantu.

Cirebon, Juli 2013

Penulis



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Kerangka Pemikiran	6

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Komunikasi	9
B. Komunikasi Sosial.....	14
a. Pembentukan Konsep Diri	17
b. Pernyataan Eksistensi Diri	19
c. Untuk Kelangsungan hidup, memupuk hubungan dan memperoleh kebahagian	21
C. Warung Kopi.....	25
D. Teori Kode Berbicara (<i>Speech Codes Theory</i>)	30

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian	36
B. Metode Penelitian	37
C. Informan.....	38
D. Teknik Pengumpulan Data.....	41
E. Analisis Data	43



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

© Hak Cipta Milik Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

BAB IV

PEMBAHASAN HASIL TEMUAN LAPANGAN

A. Pemaknaan Pengunjung Terhadap Warung Kopi	44
B. Kode Berbicara Komunitas Warung Kopi	56
a. Situation	56
b. Participant	59
c. Ends	60
d. Acts	62
e. Key	64
f. Instrumentalities	64
g. Norms	65
h. Genre	66
C. Peran Warung Kopi Sebagai Sarana Komunikasi Sosial di Kampus IAIN Syekh Nurjati Cirebon	67
a. Peran warung kopi terhadap pembentukan konsep diri	68
b. Peran warung kopi terhadap pernyataan eksistensi diri	70
c. Peran warung kopi terhadap kelangsungan hidup, memupuk hubungan, dan memperoleh kebahagiaan	72

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	75
---------------------	----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seizin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia perkuliahan merupakan tahapan di mana para mahasiswa berusaha untuk merajut masa depannya melalui ruang-ruang perkuliahan dan lapangan-lapangan non-akademik lainnya seperti, Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM), Organisasi-organisasi ekstra, dan lain sebagainya. Kampus merupakan kawah candradimuka tempat di mana para mahasiswa ditempa agar menjadi insan-insan yang berkualitas dan mampu mengemban tongkat estafet pembangunan negeri ini dari generasi sebelumnya. Dunia perkuliahan tidak dapat dipandang sebagai area akademis semata. Di dalamnya terdapat panggung politik dan budaya yang bermacam-macam sesuai dengan latar belakang pelakunya.

Banyak dari mahasiswa, di sela-sela waktu senggangnya, menghabiskan waktunya di sebuah warung, khususnya warung kopi. Baik itu sendiri maupun bersama dengan rekan-rekan sesama mahasiswa lainnya. Akan tetapi, tidak sedikit dari mereka “mengorbankan” jam perkuliahannya demi *nongkrong* di sebuah warung kopi. Entah itu dengan alasan tidak menyukai suatu mata kuliah, lagi *nggak mood*, tidak menyukai pribadi dosen atau teknik mengajarnya, lebih memilih berdiskusi atau hanya sekedar ngobrol dan guyon bersama mahasiswa lainnya di warung kopi serta berbagai alasan lainnya yang seringkali dilontarkan para mahasiswa pada saat ditanyakan mengenai alasannya *nongkrong* di sebuah warung kopi. Memang, tempat yang dijadikan sarana berkomunikasi sosial tidak



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

hanya warung kopi, ada juga kantin, halte, taman kampus, beranda masjid dan beberapa tempat lainnya yang ada di wilayah sekitar kampus yang menjadi semacam ruang publik bagi masyarakat kampus. Akan tetapi warung kopi memiliki karakteristik yang berbeda jika dibandingkan dengan tempat-tempat lainnya. Di sebuah warung kopi, pengunjungnya seolah memiliki dunia lain yang tidak terikat dengan ruang dan waktu. Tidak ada norma-norma yang mengikat serta status dan kedudukan yang melatarinya. Warung kopi adalah tempat dimana lebarnya segala aksesoris-aksesoris yang melabeli individu pada umumnya. Selain itu, kopi adalah jenis minuman yang akan terasa nikmat jika diminum secara perlahan dan bersama-sama ditambah dengan harganya yang relatif murah, sesuai dengan kantong mahasiswa.

Warung kopi atau juga biasa disebut kedai kopi merupakan istilah dari sebuah tempat usaha seorang individu atau kelompok yang menjual berbagai minuman panas dan dingin. Meskipun berlabel warung kopi, produk yang dijual tidak hanya kopi, tetapi juga teh, susu, bandrek dan berbagai jenis minuman *sachet* (kemasan) lainnya. Secara umum fungsi atau manfaat dari sebuah warung kopi tidak hanya sebatas tempat melepas dahaga akan tetapi juga, menurut Sucipto, “sebagai *media sharing, entertainment*, diskusi, dan beragam bentuk interaksi sosial lainnya.” (<http://Sucipto.net/2011/06/09>)

Secara umum, kegemaran mahasiswa “*nongkrong*” di warung kopi merupakan hal yang lumrah atau wajar. Dikatakan lumrah karena manusia merupakan makhluk sosial yang salah satu kebutuhannya adalah melakukan interaksi sosial. Adapun alat untuk berinteraksi sosial tersebut adalah komunikasi



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

(dalam konteks ini adalah komunikasi sosial). Warung kopi menjadi semacam sarana komunikasi sosial dan media interaksi sosial, khususnya dalam sistem masyarakat kampus Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati, Cirebon. Akan tetapi kegemaran “*nongkrong*” di sebuah warung kopi juga dapat dikatakan (relatif) negatif manakala kegemaran tersebut menyebabkan mahasiswa “lalai” menunaikan tugas utamanya sebagai mahasiswa.

Pada dasarnya kegemaran berkumpul (*nongkrong*) di sebuah warung kopi tidak hanya terjadi di kalangan masyarakat Kampus IAIN Syekh Nurjati Cirebon semata. Hal tersebut sudah menjadi suatu kebiasaan (budaya) dari masyarakat dunia pada umumnya. Warung-warung kopi banyak memberikan layanan sebagai pusat-pusat interaksi sosial; warung kopi dilihat memberi kesempatan kepada anggota-anggota sosial untuk berkumpul, berbicara, menulis, membaca, menghibur satu sama lain, atau membuang waktu, baik secara individu atau dalam kelompok kecil. Di Negara Amerika, kata untuk warung kopi adalah *cafe* yang, kurang lebih, berarti restoran tidak resmi. Selain minuman panas juga menyediakan minuman dingin serta berbagai *snack* atau makan ringan sebagai teman menikmati kopi (wikipedia)

Budaya dan komunikasi merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Bagaikan dua sisi mata uang. Budaya mempengaruhi pola pikir, perilaku dan cara berkomunikasi individu. Begitu pula komunikasi menjadi alat untuk mengelola, mengembangkan, mensosialisasikan serta mewariskan budaya dari satu generasi ke generasi yang lainnya. Dalam kaitannya mengenai budaya dan komunikasi, dikenal sebuah teori yang kerangka kerjanya mengkonseptualisasi bentuk atau



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

fungsi budaya sebagai sebuah sistem kode yang mengatur makna dan ideal yaitu teori kode berbicara (*speech code theory*). Teori ini dikembangkan dalam usahanya untuk mengidentifikasi kode berbicara yang memungkinkan dan menentukan interaksi komunikasi dalam sebuah komunitas berbicara tertentu (*particular speech community*).

Kampus IAIN (Institut Agama Islam Negeri) Syekh Nurjati Cirebon yang terletak di Jl. Perjuangan Cirebon banyak terdapat warung kopi yang menjadi “kantong-kantong” mahasiswa untuk berkumpul untuk bersantai, berdiskusi, atau sekedar mengobrol ringan mengenai topik-topik yang sedang hangat. Nilai santai, *non-formal*, serta kebebasan mengutarakan pendapat merupakan daya tarik utama yang membuat para mahasiswa tertarik untuk menghabiskan sebagian waktu kuliahnya di sebuah warung kopi. Salah satu kedai yang banyak disinggahi adalah Kedai Oyess yang terletak di komplek kantin Kompa IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Kedai Oyess merupakan salah satu warung yang berada di komplek KOPMA (Koperasi Mahasiswa) IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Secara umum Kedai Oyess sama seperti warung-warung kopi tradisional lainnya yang terdapat di sekitaran kampus; menyediakan hidangan berupa berbagai jenis minuman kopi *sachet*, harga murah dan sederhana. Yang membedakan Kedai Oyess dengan warung-warung kopi lainnya adalah, selain tempatnya yang terletak di bagian dalam kampus, memiliki *space* tempat yang diisi dengan bangku-bangku dan meja yang panjang sehingga para konsumen dapat dengan nyaman berkumpul, berinteraksi sembari menikmati secangkir kopi. Pedagang dan konsumen maupun



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

antar sesama konsumen dapat dengan leluasa untuk *nongkrong* (duduk-duduk) sembari mengobrol membicarakan berbagai hal mulai dari masalah politik (negara), ekonomi, pendidikan, sosial budaya, sampai humor. Di warung kopi ini pula sering menjadi salah satu sumber informasi terbaru dan juga menjadi tempat berkumpulnya berbagai unsur masyarakat kampus IAIN Syekh Nurjati Cirebon seperti, mahasiswa, Satpam, Karyawan, dan bahkan juga Dosen. Berkaitan dengan hal tersebut di atas, penyusun tertarik untuk meneliti “Peran Warung Kopi Sebagai Sarana Komunikasi Sosial di Kampus Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah pengunjung memaknai warung kopi?
2. Bagaimanakah kode berbicara (*speech codes*) yang terbentuk dalam komunitas warung kopi?
3. Bagaimanakah peran warung kopi sebagai sarana komunikasi sosial di kampus Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon?

C. Tujuan Penelitian

1. Guna mengetahui pemaknaan pengunjung terhadap nilai-nilai sosial yang terkandung dalam warung kopi?
2. Guna memahami kode berbicara (*speech codes*) yang terbentuk dalam komunitas warung kopi?



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

3. Guna menjelaskan peran warung kopi sebagai sarana komunikasi sosial di kampus Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon?

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperkaya dan memberikan sumbangan bagi ilmu pengetahuan khususnya Ilmu Komunikasi Sosial yang kaitannya dengan kode berbicara (*speech codes*) di kalangan komunitas warung kopi. Selain itu, agar dapat memberi khasanah atau perbendaharaan bagi ilmu pengetahuan serta dapat dijadikan sebagai sumber informasi bagi peneliti lain dengan tema sejenis.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai nilai-nilai sosial yang terkandung dalam warung kopi serta peranannya terhadap masyarakat kampus IAIN Syekh Nurjati. Selain itu juga sebagai masukan data atau informasi mengenai kode berbicara yang berlaku di dalam komunitas warung kopi.

E. Kerangka Pemikiran

Kedai Oyess sebagai salah satu tempat atau sarana berkumpulnya individu-individu dalam masyarakat kampus IAIN Syekh Nurjati memfasilitasi terjadinya interaksi sosial dan komunikasi masing-masing anggota masyarakat yang dilatari



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

bermacam-macam motif dan tujuan sesuai dengan masing-masing individunya. Interaksi sosial memungkinkan masyarakat berproses sedemikian rupa sehingga membangun suatu pola hubungan. Interaksi sosial dapat pula diandaikan dengan apa yang disebut Weber sebagai tindakan sosial individu yang secara subjektif diarahkan terhadap orang lain (Johnson, 1988: 214).

Komunikasi dalam fungsinya sebagai komunikasi sosial terdiri dari beberapa aspek yaitu pembentukan konsep diri, aktualisasi-diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan dan memupuk hubungan dengan orang lain.¹ Dengan kata lain seseorang belajar mengenai dirinya sendiri, lingkungan, cara berinteraksi dengan orang lain serta berbagai hal lainnya yang berkaitan dengan hidup melalui komunikasi—komunikasi sosial yang dalam hal ini difasilitasi oleh Kedai Oyess. Individu-individu yang biasa berkumpul di warung kopi pada akhirnya membentuk suatu komunitas budaya warung kopi.

Budaya dan komunikasi mempunyai hubungan timbal balik, seperti dua sisi dari satu mata uang. Budaya menjadi bagian dari perilaku komunikasi, dan pada gilirannya komunikasi pun turut menentukan, memelihara, mengembangkan atau mewariskan budaya. Fungsi komunikasi sosial bisa terbentuk dengan adanya pembentukan dari dalam: pembentukan konsep diri, pernyataan eksistensi diri dan untuk kelangsungan hidup, memupuk hubungan dan memperoleh kebahagiaan. (Dedy Mulyana, 2005, h. 6)

¹ Untuk selengkapnya lihat Dedy Mulyana, Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, 2005, h. 5 – 21.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Komunikasi berkaitan erat dengan budaya. Budaya mempengaruhi pola dan gaya berkomunikasi seseorang dan begitu pula budaya dikembangkan, disosialisasikan serta dilestarikan dengan menggunakan komunikasi—proses komunikasi. Seorang ilmuwan bernama Gerry Philipsen mengemukakan bahwa Dimanapun ada sebuah budaya, disitu diketemukan *speech code* yang khas. Dalam penelitiannya mengenai kode berbicara suatu komunitas yang ada di daerah Teamsterville ditemukan bahwa mereka memiliki sistem makna, gaya dan ciri berkomunikasi yang khas bila dibandingkan dengan komunitas-komunitas masyarakat lainnya, terutama yang memiliki latar belakang budaya yang berbeda. Philipsen mengembangkan suatu teori yang dinamai dengan Teori Kode Berbicara (*speech codes theory*). Teori ini dikembangkan dalam usahanya untuk mengidentifikasi kode berbicara yang memungkinkan dan menentukan interaksi komunikasi dalam sebuah komunitas berbicara tertentu (*particular speech community*).



DAFTAR PUSTAKA

- Cambel, Tom. *Seven Theorities of Human Society*. Hardiman, Efendi, 1994. *Tujuh Teori Sosial*, Kanisius. Yogyakarta.
- Chaney, David. 2004. *Life Style, Sebuah Pengantar Komprehensif*. Jalasutra. Bandung.
- Griffin, E.A. (2011). *A first look at Communication Theory, 8th Edition*. New York: McGraw-Hill.
- Hardiman, F. Budi (ed)(2010). *Ruang Publik: Melacak “Partisipasi Demokratis” dari Polis sampai Cyberspace*. Yogyakarta: Kanisius.
- Johnson, Doyle Paul. *Teori Sosiologi Klasik dan Modern*, Jilid 1. Gramedia Pustaka Utama. 1994.
- Liliweri, Alo. 1994, *Komunikasi Verbal dan Non Verbal*, Citra Aditya Bakti, Bandung
- Liliweri, Alo. *Gatra-Gatra Komunikasi Antarbudaya*. Pustaka Pelajar, 2001.
- McKee, Alan (2005). *The Public Sphere: An Introduction*. Cambridge: Cambridge University Press.
- McQuail, Denis (2010). *McQuail’s Mass Communication Theory. Sixth Edition*. London: Sage.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Rosdakarya, 2002)
- Mukijat. *Teori Komunikasi*. Mandar Maju, 1993.
- Mulyana, Deddy. *“Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar”* Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000
- Nasikun. 1985. *Sistem Sosial Indonesia*. Jakarta: PT Raja Grafindo
- Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, Rosda Karya, Bandung, 2002.
- Poloma, Margareth M. *Sosiologi Kontemporer*. Rajawali Pers. 2004.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Retorika Modern*. Rosda Karya. 2000
- Rakhmat, Jalaludin. *Metodologi Penelitian Komunikasi (dilengkapi contoh analisis statistik)*, 2000, PT. Remaja RosdaKarya Offset, Bandung



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar dari Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak karya ilmiah ini dalam bentuk apapun tanpa seijin Perpustakaan IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Rakhmat, Jalaludin. *Psikologi Komunikasi*, 2005, PT. Remaja Rosdakarya Offset, Bandung.

Soekanto, Soerjono. 2002. *Mengenal Tujuh Tokoh Sosiologi*. Rajawali Pers. Jakarta

Soehartono, Irawan. 2000, *Metode Penelitian Sosial*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.

Sunarto, Kamanto. 1993, *Pengantar Sosiologi*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.

Wibowo, Suanryo Hadi (ed)(2005). *Republik Tanpa Ruang Publik*. Yogyakarta: IRE Press.

Sumber Internet:

(<http://Suctipto.net/2011/06/09>)

(wikipedia)

Jurnal Penataan Ruang Publik yang Memadukan Pola Aktivitas dengan Perubahan fisik kawasan Kasus kawasan tambak bayan - babarsari, Yogyakarta, Rony Gunawan Sunaryo, ST.,MT. Seminar & Lokakarya Nasional IKATAN ARSITEK INDONESIA Jakarta, 21-22 Juli 2004